

**Workshop Kewirausahaan Berbasis *Digital Marketing* Sebagai Peluang
Bisnis Pada Ikatan Remaja Masjid (IRM) Kecamatan Labuhan Deli
Kabupaten Deli Serdang**

**Elizabeth Haloho¹, Lambas Marisi Tua LG², Prabudi Darus³, Edi Safrul³
Fardinal⁵**

¹Universitas Katolik Santo Thomas Medan

^{2,3}Universitas Sari Mutiara Indonesia

^{4,5}Institut Agama Islam Negeri Kerinci

<p>E-mail : Elisabeth.haloho@gmail.com, lambas.lg@gmail.com, smart_budi77@gmail.com,</p>	<p>Submitted : April Reviewed : Juni Accepted : Juni</p>
<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Ikatan Remaja Masjid (IRM) Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang merupakan sebagian besar pemuda/pemudi yang tidak melanjutkan pendidikan tinggi, memilih bekerja sebagai pegawai toko, teknisi bengkel motor dan membuka usaha kecil-kecilan. Namun, masih banyak yang belum mengetahui peran kewirausahaan berbasis <i>digital marketing</i> dalam memanfaatkan industri kreatif serta hanya sekedar tau secara informasi tidak bisa menerapkan bagaimana peran kewirausahaan yang berbasis <i>digital marketing</i> dalam memanfaatkan industri kreatif yang bisa menjadikan peluang bisnis. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai kewirausahaan berbasis pemasaran <i>digital</i> dan meningkatkan keterampilan terkait kewirausahaan berbasis pemasaran <i>digital</i>. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode <i>Service Learning</i> (SL). Hasil dari kegiatan ini adalah a) Pelaksanaan pengabdian masyarakat berjalan lancar sesuai dengan harapan tim pelaksana pengabdian masyarakat, karena hampir seluruh kegiatan <i>workshop</i> terlaksana dengan sangat baik, b)</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p><i>Ikatan Remaja Masjid (IRM) Labuhan Deli District, Deli Serdang Regency. are the majority of young men/women who do not continue their higher education, choosing to work as shop clerks, motorbike repair technicians and opening small businesses. However, there are still many who do not know the role of digital marketing-based entrepreneurship in exploiting the creative industry and only knowing information cannot apply the role of digital marketing-based entrepreneurship in utilizing the creative industry which can create business opportunities. The aim of this activity is to increase understanding of digital marketing-based entrepreneurship and improve skills related to digital marketing-based entrepreneurship. The method used in this community service activity is the Service Learning (SL) method. The results of this activity are a) The implementation of community service went smoothly according to the expectations of the community service implementation team, because almost all workshop activities were carried out very well, b) The participants were aware of the importance of entrepreneurship-based digital</i></p>

<p>Para peserta sadar akan pentingnya <i>digital marketing</i> berbasis kewirausahaan sebagai peluang bisnis, c) Respon peserta terhadap kegiatan ini sangat interaktif, dimana peserta banyak bertanya kepada tim pengabdian dan d) menambah wawasan peserta baik teori maupun praktek mengenai kewirausahaan berbasis <i>digital marketing</i>.</p> <p>Kata Kunci: Workshop, Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran.</p>	<p><i>marketing as a business opportunity, c) The participants' response to This activity was very interactive, where participants asked many questions to the service team and d) broadened participants' knowledge of both theory and practice regarding digital marketing-based entrepreneurship.</i></p> <p>Keyword: Workshop, Entrepreneurship, Marketing Management.</p>
---	---

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini masih memiliki beberapa masalah dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang optimal, yakni masalah sosial kemiskinan, ketimpangan sosial dan masalah pengangguran. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2023 adalah sebesar 7,86 juta penduduk. Salah satu penyebab terjadinya pengangguran adalah terbatasnya penyediaan lapangan pekerjaan sedangkan permintaan akan tenaga kerja selalu meningkat. Dunia usaha pada saat ini belum memiliki kemampuan dalam menyerap seluruh angkatan kerja yang ada di Indonesia, hal ini karena dunia usaha skala besar dalam proses produksi lebih banyak menggunakan teknik padat modal dan juga dalam merekrut tenaga kerja umumnya di butuhkan dengan pendidikan formal dengan keahlian keahlian tertentu, berbeda dengan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) yang dalam proses produksinya lebih banyak menggunakan teknik padat karya dan dalam merekrut tenaga kerja tanpa memperhatikan pendidikan formal. Salah sektor yang yang berkiprak atau bergerak dalam kegiatan UMKM adalah sektor wirausaha. Maka salah satu solusi untuk mengurangi angka pengangguran adalah melalui wirausaha (Supendi,et.al., 2024).

Kewirausahaan merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Kewirausahaan diawali dengan keprihatinan terhadap keadaan sosial yang berujung menjadi sebuah model bisnis baru. Kewirausahaan merupakan kombinasi dari semangat besar dalam misi sosial dengan disiplin, inovasi dan keteguhan seperti yang lazim ditemukan di dunia bisnis.

Kewirausahaan dapat dipahami sebagai seseorang yang melihat permasalahan sebagai sesuatu yang harus diperbaiki untuk melakukan perubahan (Malik, 2024).

Dalam berwirausaha tentu dibutuhkan niat yang besar yang bisa menjadi langkah awal dalam memulai berwirausaha. Niat kewirausahaan adalah suatu pola pikir yang mendorong individu untuk menciptakan suatu usaha. Sehingga untuk menjadi seorang wirausahawan harus dapat mengembangkan produk atau ide – ide baru dan dapat membangun bisnis dengan konsep-konsep yang baru.

Kewirausahaan erat hubungannya dengan pemasaran yang merupakan salah satu kunci sukses sebuah bisnis atau usaha yang akan dijalankan oleh seorang wirausaha yang dalam hal ini tentunya dimana pada zaman modern saat ini pemasaran (*marketing*) tidak cuman dengan cara konvensional (*luring*) tetapi juga harus didukung dengan teknologi atau IPTEK. IPTEK mempunyai potensi yang dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan produktivitas dan pemasaran usaha atau bisnis yang saat ini sedang tren yaitu media sosial. Media sosial memiliki koneksi ke banyak orang dengan cepat dan terjangkau termasuk juga media online. Media online secara universal meliputi seluruh jenis web termasuk aplikasi, diantaranya situs kabar, situs industri, situs instansi- instansi, web, ruang komunitas, media sosial web jualan (*e-commerce/online store*) serta aplikasi *chattingan*. Adanya koneksi ini akan memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan penjualan produk yang nantinya berdampak pada peningkatan penghasilan usaha (Yulaini,et.al., 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan diberikan kepada Ikatan Remaja Masjid (IRM) Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Dikarenakan sebagian besar pemuda/pemudi disini tidak melanjutkan pendidikan tinggi, memilih bekerja sebagai pegawai toko, teknisi bengkel motor dan membuka usaha kecil-kecilan.

Berdasarkan analisis situasi ditemukan beberapa masalah diantaranya masih banyak yang belum mengetahui peran kewirausahaan berbasis *digital marketing* dalam memanfaatkan industri kreatif serta hanya sekedar tau secara informasi tidak bisa menerapkan bagaimana peran kewirausahaan yang berbasis *digital marketing* dalam memanfaatkan industri kreatif yang bisa menjadikan peluang bisnis.

Oleh sebab itu, diperlukan pemahaman mengenai kewirausahaan berbasis *digital marketing* melalui workshop untuk memberikan informasi berkaitan dengan peluang bisnis dan pentingnya kewirausahaan *digital* saat ini. Pelaksanaan workshop kewirausahaan berbasis *digital marketing* ini dilaksanakan dengan pertimbangan agar Ikatan Remaja Masjid (IRM) Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang memiliki

pemahaman dan bias mengaplikasikan pemsaran *digital* dalam pengembangan usaha berbentuk produk maupun jasa.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Untuk meningkatkan pemahaman terkait kewirausahaan berbasis *digital marketing*.
2. Meningkatkan keterampilan terkait kewirausahaan berbasis *digital marketing*.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan workshop ini melibatkan 38 orang Remaja Masjid Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan selama dua hari, yaitu tanggal 27 April 2024.

Adapun metode *Service Learning* (SL) untuk memecahkan permasalahan dan menganalisis bagaimana tingkat efektifitas program pengabdian ini dilakukan. Metode *Service Learning* (SL) meupakan salah satu metode atau pendekatan ilmiah yang sesuai dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim PKM. Berikut tahapan kegiatan pengabdian yang dilakukan:



Gambar 1: Tahapan Kegiatan Pengabdian

HASIL

Sederhananya kewirausahaan berarti kemampuan berdagang. Kesuksesan wirausaha 85% ditentukan oleh sikap mental dan 15% ditentukan oleh keahlian teknis. karakter wirausaha terdiri dari mandiri, percaya diri, kreatif, inovatif, dan tahan menghadapi kesulitan, karakter-karakter ini merupakan indikator dari seseorang yang

memiliki jiwa wirausaha yang optimis. Jadi pada intinya, kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup (Nugroho dan Muchran, 2023).

Namun, dengan terbatasnya informasi, kemauan, kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat sehingga menjadi tantangan tersendiri dalam mewujudkan hal tersebut, terlebih di era digital seperti sekarang ini. Keterampilan digital menjadi sangat penting dimiliki oleh pelaku usaha. Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan internet, maka peluang usaha dengan memanfaatkan *digital marketing* menjadi semakin besar. *Digital marketing* mampu menjangkau masyarakat di manapun mereka berada tanpa terhalang geografis ataupun waktu (Hartana, 2022).

PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi 4 bagian yaitu:

1. Tahapan Persiapan

Proses awal dimulai dengan rapat internal tim pengabdian untuk penentuan rancangan kegiatan workshop yang akan dilakukan. Lalu kemudian observasi dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi kegiatan pengabdian yaitu Kantor Sekretariat Ikatan Remaja Masjid Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Tim PKM melakukan diskusi langsung dengan Ketua Ikatan Remaja Masjid Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang beserta dengan pengurus lainnya. Hasil diskusi yang dilakukan ditemukan permasalahan yang perlu dilakukan tindak lanjut. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana menumbuhkan minat remaja masjid disini untuk memiliki kemauan dalam memanfaatkan peluang dari perkembangan TIK saat ini, terutama untuk berwirausaha. Dari permasalahan ini kemudian Tim PKM menyimpulkan permasalahan ini menjadi identifikasi masalah. Selanjutnya Tim PKM memberikan solusi permasalahan adalah dengan mengadakan workshop kewirausahaan berbasis *digital marketing* kepada mitra, yang selanjutnya diteruskan dengan pembuatan laporan sebagai umpan balik yang disampaikan kepada Ketua Ikatan Remaja Masjid Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang melalui diskusi untuk ditindaklanjuti kembali.

2. Tahapan Pemaparan Materi

Kegiatan ini telah mendapatkan izin dari Ketua Ikatan Remaja Masjid Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang serta didukung dengan adanya

permintaan berkaitan dengan workshop kewirausahaan berbasis digital. Kegiatan ini dilakukan karena adanya kebutuhan mengenai pentingnya pemahaman kewirausahaan berbasis *digital marketing*. Saat ini kewirausahaan berbasis *digital marketing* sangat memungkinkan dilakukan oleh siapa saja. Jika dimanfaatkan dengan baik dan disertai dengan kemauan untuk terus berani mencoba dan belajar peluang untuk meraih kesuksesan akan terbuka lebar.

Kegiatan workshop ini dimulai dengan pemaparan materi umum tentang kewirausahaan. Materi ini secara umum disampaikan sebagai pengantar dalam memahami pentingnya kewirausahaan. Pemaparan selanjutnya adalah tentang *digital marketing*.

Menurut Syariati (2022) mengemukakan kewirausahaan adalah kemampuan menggerakkan orang-orang dan berbagai sumber daya untuk berkreasi, mengembangkan dan menerapkan solusi terhadap berbagai masalah agar dapat memenuhi kebutuhan manusia. Suatu masyarakat yang didalamnya terdapat orang-orang yang memiliki jiwa kewirausahaan akan mampu merespon perubahan kebutuhan dan realitas. Jiwa kewirausahaan ini ditunjukkan oleh adanya keinginan untuk mengambil inisiatif dan bersifat kreatif serta inovatif dalam mengelola orang dan sumber daya agar tercapai hasil yang memuaskan. Wirausahawan merupakan agen dari perubahan sosial, politik dan ekonomi.

Karakteristik berarti ciri atau perwatakan dari sesuatu yang muncul secara teratur sehingga tingkah laku menjadi lebih konsisten dan mudah di perhatikan. Dapat diartikan pula bahwa karakteristik merupakan ciri yang secara alamiah melekat pada diri seseorang. Dengan demikian karakteristik dari seorang wirausaha adalah ciri yang melekat dan menjadi penanda dari diri seorang apakah dia seorang wirausaha atau bukan. Tambunan dalam Dahri & Dewi (2023) menyebutkan bahwa kewirausahaan harus memiliki karakter berikut: (1) kesediaan untuk melayani, (2) reputasi yang baik, (3) berpikiran positif, (4) dedikasi, (5) kemampuan beradaptasi, (6) sikap belajar dengan berpikiran terbuka, (7) kemampuan manajerial yang efektif, termasuk mentoring yang efektif, coaching, konseling, memfasilitasi dan jaringan.

Pada dasarnya, kemampuan seseorang dalam berwirausaha akan berkembang dipengaruhi oleh pengalaman, belajar dan berpikir. Ideide kreatif dan inovatif para wirausaha terkadang muncul melalui peniruan dan duplikasi, kemudian berkembang menjadi proses pengembangan dan berujung pada proses penciptaan sesuatu yang baru

dan berbeda (inovasi). Kemampuan wirausaha dalam berinovasi dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari diri sendiri maupun lingkungan (Syariati, 2022).

Selanjutnya, Kewirausahaan sangat erat hubungannya dengan pemasaran, karena pemasaran merupakan bagian dari kewirausahaan. Kewirausahaan berkaitan dengan pemanfaatan peluang yang di ikuti keberanian untuk mengambil risiko dan membutuhkan tindakan yang penuh perhitungan dalam melakukan eksekusi terhadap peluang tersebut, dan pengelolaan sumber daya secara kreatif dan inovatif untuk memperoleh keuntungan. Jika pemasaran menciptakan dan memenuhi permintaan, maka pemasaran digital mendorong penciptaan dan permintaan menggunakan kekuatan Internet. Dalam memenuhi permintaan ini dengan cara-cara baru dan inovatif. Internet adalah media interaktif yang memungkinkan terjadinya pertukaran nilai. Internet telah mengubah cara pemasaran dan menciptakan paradigma baru dalam menghubungkan produsen dan konsumen (Hendarsyah, 2020).

Digital Marketing adalah memproduksi dan menyebarkan konten nilai tambah, apakah dilakukan melalui pemasaran langsung digital atau pemasaran media sosial yang ditargetkan. Pemasaran digital mencapai khalayak di seluruh dunia itu sangat ditargetkan, menciptakan kesadaran merek, dan memberikan pada tujuannya. Pemasaran digital dijangkau baik melalui SEO, email, media sosial, atau jangkauan digital lainnya untuk membangun kesadaran merek, loyalitas merek, lalu lintas masuk, dan pendapatan. Dan sebagai konsekuensi dari cepatnya pengembangan Internet akan meningkatkan penggunaan pemasaran digital yang dianggap strategis tujuan dari perusahaan mana pun (Khoerunnisa, 2020).

Secara sederhana, strategi *digital marketing* bagi pemula terdiri dari:

1. *Digital Assets Development*, menyiapkan identitas digital sebuah bisnis. Aktivitas yang dilakukan antara lain membangun website dan menyiapkan akun social media (contoh: Facebook, Instagram, YouTube, dll).
2. Meningkatkan Kunjungan Website, melakukan beberapa cara seperti optimasi SEO (*Search Engine Optimization*), pemasangan iklan CPC melalui *Google Adsense*, dll.
3. Optimasi Akun Sosial Media, Mengupayakan peningkatan interaksi dengan para pengguna sosial media dengan cara menyiapkan dan mempublikasikan konten yang menarik. Selain itu optimalisasi dengan cara beriklan di social media juga patut dipertimbangkan.
4. *Email Marketing Activities*, Email sebagai alat komunikasi digital yang dikenal kuno ini nyatanya masih memiliki potensi peningkatan sales sebuah bisnis.

5. *Broadcast Message*, Bagian dari digital marketing yang masih bisa kita jumpai. Tak jarang kita masih mendapatkan *broadcast message* seperti pesan singkat (SMS), Whatsapp, hingga *Social Media Direct Message*. Meskipun rentan mengalami pemblokiran akun, nyatanya *broadcast message* masih memiliki *conversion rate* yang cukup baik (Sari,et.al., 2021).

Menurut Asosiasi Digital Marketing Indonesia, terdapat 10 jenis *digital marketing*, diantaranya *Konten Marketing*, *Search Engine Optimization* (SEO), *Search Engine Marketing* (SEM), *Social Media Marketing* (SMM), *Affiliate Marketing*, *Pay-Per Clic Advertising* (PPC), *E-mail Marketing*, *Instan Messaging Marketing*, *Radio Marketing*, dan *Television Advertising* (Rauf, 2021).

Platform Digital Marketing merupakan salah satu teknik komunikasi digital yang dimanfaatkan perusahaan untuk mempromosikan produk melalui media internet melalui situs web dengan tujuan untuk menarik dan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian. Adapun *Platform Digital Marketing* diantaranya *Facebook Marketing*, *Instagram Marketing*, *Twitter Marketing*, *Youtube Marketing* serta *WhatsApp Marketing* (Rauf, 2021).

3. Tahapan Workshop

Tim PKM meminta para peserta untuk terbagi dalam 5 kelompok diskusi (ada 3 kelompok beranggotakan 8 orang dan 2 kelompok beranggotakan 7 orang). Masing-masing kelompok diminta untuk membuat rencana usaha yang akan mereka buat berdasarkan keahlian dan sumberdaya yang mampu mereka peroleh disekitar mereka.masing kelompok berdiskusi dan menentukan jenis usaha yang mereka sepakati yaitu:

Kelompok 1: Membuat keripik singkong

Kelompok 2: Membuat keripik tempe

Kelompok 3: Membuat donat kentang

Kelompok 4: Membuat minuman teh jahe merah

Kelompok 5: Membuat kentang krispi

Setelah rencana usaha yang dibuat, Tim PKM mendemonstrasikan terkait *copywriting*. *Copywriting* merupakan proses menulis. Tulisan tersebut dibuat untuk membujuk orang agar membeli apa yang ditawarkan. *Copywriting* mendorong orang-orang untuk mau membeli apa yang ditawarkan tanpa adanya tekanan, melainkan karena mereka menikmati konten dan bantuan yang ditawarkan. *Copywriting* yang baik adalah tulisan yang mengandung manfaat kepada pembacanya. Esensi dari *copywriting* sendiri

adalah memberikan informasi yang sejelas-jelasnya (relevan) kepada calon konsumen sehingga mereka tertarik untuk membeli apa yang ditawarkan.

Setelah pelatihan *copywriting*, para peserta dalam pemanfaatan teknologi sebagai media *digital marketing*, peserta memilih sosial media *facebook*, *instagram* dan *WhatsApp Story* sebagai *platform* pemasaran mereka. Peserta beranggapan bahwa mereka sangat familiar dengan *platform* tersebut dan sangat mudah untuk digunakan.

4. Tahapan Evaluasi

Tahapan evaluasi workshop dilakukan setelah seluruh tahapan telah dilakukan oleh peserta. Evaluasi yang dilakukan dengan cara membagikan angket pada peserta workshop dan menilai hasil kerja workshop yang sudah dilakukan oleh peserta secara langsung.

Adapun hasil dari kegiatan yang dilakukan yaitu:

Tabel 1 Hasil Pencapaian Akhir

Unsur	Pra Sosialisasi	Pasca Sosialisasi	Uraian	Persentase (%)
Workshop Kewirausahaan Berbasis <i>Digital Marketing</i>	Belum memahami dengan baik tentang kewirausahaan berbasis <i>digital marketing</i> secara teori maupun praktik	Memahami dengan baik tentang kewirausahaan berbasis <i>digital marketing</i> secara teori maupun praktik	Memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan berbasis <i>digital marketing</i> yang baik dan benar	100%

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa para peserta yaitu Ikatan Remaja Masjid Kec.Labuhan Deli Kab. Deli Serdang, sebelum dilakukannya workshop kewirausahaan berbasis *digital marketing* belum memahami dengan baik secara teori maupun praktik. Setelah dilakukannya workshop kewirausahaan berbasis *digital marketing* dapat memahami dengan baik secara teori maupun praktik.

Hasil diatas menunjukkan bahwa para peserta menyambut baik dan antusias mengikuti kegiatan workshop kewirausahaan berbasis *digital marketing*, hal ini terbukti dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan para peserta. Selain itu hal ini menunjukkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terpenuhi secara tepat guna dan tepat sasaran.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, maka kesimpulan yang didapatkan yaitu :

1. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat
2. Para peserta merasa kegiatan pengabdian ini bermanfaat, karena peserta sadar akan arti penting kewirausahaan berbasis *digital marketing* untuk kesuksesan seseorang.
3. Respon peserta atas kegiatan pengabdian yang dilaksanakan menyatakan bahwa penyampaian materi sudah baik dan peserta memahami penjelasan yang diberikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan suasana interaktif antara peserta dengan tim pengabdian.
4. Dengan workshop kewirausahaan berbasis *digital marketing* maka menambah wawasan baik secara teori atau praktik terkait kewirausahaan berbasis *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahri, N. dan Dewi, M. (2023). *Dasar Kewirausahaan*. Padang: Muharika Rumah Ilmiah.
- Hartana. (2022). Pengembangan UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Teknologi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesha FHIS*. 3(2).
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *Iqtishaduna. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. 9(1).
- Khoerunnisa, N. (2020). *Digital Marketing*. Jakarta: Program Studi Vokasi Humas UI.
- Malik, D. (2024). Pendampingan Kegiatan Kewirausahaan Mahasiswa Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Institut STIAM I Jakarta. *Journal of International Multidisciplinary Research*. 1(2).
- Nugroho, G. S. dan Muchran, M. (2023). Pelatihan kompetensi Kewirausahaan dan Digital Marketing Guna Mengoptimalkan Penjualan Produk UMKM Di Desa Wisata Jipangan. *Jurnal Pengabdian Undikma: Jurnal Pengabdian & Pemberdayaan Kepada Masyarakat*. 4(3).
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania.
- Sari, D.K, et.al. (2021). *Buku Ajar: Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Supendi, D., et.al. (2024). Menumbuhkan Minat Wirausaha Yang Kreatif Dan Mandiri Untuk Siswa-Siswi SMA Negeri 1 Purwakarta. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*. 3(1).
- Syariati, A. (2022). *Kewirausahaan (Cara Mudah Memulai Usaha)*. Gowa: Pusaka Almaida.
- Yulaini, E. et.al. (2022). Pelatihan Dan Workshop Kewirausahaan Berbasis

Digital Di Sekolah. *Wahana Dedikasi: Jurnal PKM Ilmu Kependidikan.*
5(1).